

УДК 316.658.2

**С. В. Венидиктов**

*начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин  
Могилевского института МВД,  
кандидат филологических наук, доцент (Беларусь)*

**А. Н. Колыско**

*старший инспектор по особым поручениям отделения  
информации и общественных связей  
УВД Витебского облисполкома (Беларусь)*

## **ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС ИНТЕРНЕТ-ПРОФИЛАКТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*В статье проанализирована деятельность органов внутренних дел Республики Беларусь по производству имиджевого медиаконтента, оказывающего профилактическое воздействие на интернет-аудиторию. На примере медиапроектов отделения информации и общественных связей УВД Витебского облисполкома показаны меры по повышению лояльности общества к правоохранительной системе, популяризации работы отдельных подразделений ОВД. Рассмотрены направления использования в имиджевых целях трендов, актуальных для социальных сетей, новых методов взаимодействия с аудиторией, внедрения инновационных форматов интернет-коммуникации.*

**S. V. Venidiktov, A. N. Kolysko**

***Image resource of the internet prevention in the internal affairs bodies' activities in the Republic of Belarus***

*The article analyzes the activities of the internal affairs bodies of the Republic of Belarus in the production of image media content that has a preventive effect on the Internet audience. On the example of media projects of the information and public relations department of the Vitebsk Department of Internal Affairs, measures to increase public loyalty to the law enforcement system, and to popularize the work of units of the internal affairs bodies are shown. The directions of using image-relevant trends for social networks, new methods of interaction with the audience, the introduction of innovative Internet communication formats are considered.*

Имидж представляет собой интегральную характеристику личностных и профессиональных качеств, которые воспринимаются общественностью в виде целостного образа. Функциональность имиджа имеет важное значение в деятельности сотрудников государственных органов, отражая уровень доверия граждан и готовность к сотрудничеству. В условиях острой необходимости сокращения дистанции между властью и обществом функции, выполняемые

имиджем, играют существенную роль в решении задач, стоящих перед государственными структурами.

Министерством внутренних дел Республики Беларусь признается важность целенаправленной деятельности по формированию имиджа правоохранительных структур — устойчивого, действенного, эмоционально окрашенного образа правоохранительной системы и ее составляющих, входящих в систему органов внутренних дел (ОВД), наделенных определенными характеристиками, основанными на реальных или приписываемых свойствах структуры, обладающих социальной значимостью. Позитивный имидж сотрудника милиции влияет на уровень доверия к нему граждан, способствует формированию эффективной системы коммуникации между правоохранительными структурами и населением, что, в свою очередь, приводит к снижению общего уровня преступности. В продвижении имиджа ОВД неуклонно возрастает роль интернет-технологий.

Деятельность ОВД направлена не только на защиту граждан от преступных и противоправных посягательств — она также носит профилактический и просветительский характер, ориентирована на построение системы социального партнерства, кооперативных связей с другими сферами общества: властью, бизнесом, учреждениями социальной сферы, общественностью и СМИ. Реализация этого механизма призвана обеспечить взаимовыгодное сотрудничество в тактическом и стратегическом плане, совместную деятельность правоохранительных органов и социума. Одной из тенденций является переход к целенаправленному позиционированию ОВД, позволяющему адекватно отвечать требованиям социальной среды. Для решения поставленных задач мы видим необходимость в производстве социальных медиапроектов, направленных на профилактику и правовое просвещение.

Таким образом, объектом нашего исследования выступает деятельность ОВД в коммуникационном пространстве Интернета (в частности, в социальных медиа), направленная на формирование положительного имиджа правоохранительной системы и на профилактику преступлений и правонарушений. Нами проанализированы официальные аккаунты в социальных сетях отделения информации и общественных связей (далее — ОИиОС) управления внутренних дел Витебского облисполкома. Согласно положению «Об отделении информации и общественных связей управления внутренних дел Витебского облисполкома», сотрудники данного подразделения обязаны организовывать информационные мероприятия по формированию положительного имиджа органов внутренних дел и правовому просвещению граждан. При этом основными традиционными методами работы являются встречи в коллективах организаций,

выступления специалистов в СМИ (газеты, телевидение, радио), проведение круглых столов, брифингов и т. д. Темами таких встреч зачастую становятся вопросы безопасного поведения, рекомендации по сохранению имущества, правила поведения в ситуациях совершаемого преступления. Однако наш опыт показывает, что такие методы зачастую малоэффективны, так как затрагивают не все слои населения и носят протокольный характер. Для повышения эффективности работы в вопросах профилактики правонарушений необходим максимальный охват населения, включение всех возрастных категорий с использованием сети Интернет.

С целью оптимизации имиджа ОВД, а также привлечения внимания населения Витебского региона к проблеме роста преступности в сфере высоких технологий (в частности, мошенничества с банковскими картами и платежными системами) в УВД Витебского облисполкома с ноября 2019 года реализуется медиапроект «История обмана». Задачи проекта — недопущение противоправных действий в отношении граждан с использованием реквизитов платежных банковских карт, правовое информирование населения в сфере защиты личных данных. В основе проекта — реальные истории, рассказы потерпевших от противоправных действий, где раскрывается содержание преступных схем, уловки мошенников. Параллельно на экране титрами дублируются основные этапы развития мошеннических действий и рекомендации по поведению в сложившейся ситуации. В конце видеосюжета представлены советы по профилактике такого рода противоправных деяний. Хронометраж каждой из серий проекта — до 3 минут.

Первая серия проекта «История обмана. Как мошенники воруют ваши деньги с банковских карт», которая вышла 27 ноября 2019 года, размещена на площадках YouTube (330 просмотров; здесь и далее статистика приведена по состоянию на 5 мая 2020 г.), в социальных сетях «ВКонтакте» (18914 просмотров, 15 репостов, 39 отметок «Нравится»), Instagram (847 просмотров) и Facebook (624 просмотра, 7 репостов). Кроме официальных групп в социальных сетях УВД Витебского облисполкома, данный видеопроduct был размещен в крупных городских пабликах Витебска в сети «ВКонтакте» «Нетипичный Витебск» (более 45 тыс. подписчиков), «Типичный Витебск» (около 170 тыс. подписчиков).

Вторая серия «История обмана. “Беспроигрышное” онлайн-казино» была выпущена 12 января 2020 года и имеет следующую статистику: на площадках YouTube — 380 просмотров, в сети «ВКонтакте» — 939 просмотров, 2 репоста, 7 отметок «Нравится», в сети Instagram — 553 просмотра, в сети Facebook — 116 просмотров, 2 репоста. Необходимо отметить, что вторая серия проекта не

пользовалась такой популярностью, как первая. Причины снижения заинтересованности аудитории, на наш взгляд, следующие: а) деперсонализация героя истории (лицо скрыто, голос изменен, имя не называется), что вызывает недоверие к персоне и к его повествованию; б) невысокая социальная значимость темы: проблема мошенничества в онлайн-казино не стоит так остро, как преступления с использованием банковских карт.

Кроме профилактических медиапроектов, ОИиОС УВД Витебского облисполкома реализуются сугубо имиджевые проекты, задачами которых является повышение лояльности общества к системе МВД в целом, популяризация службы отдельных подразделений ОВД. Так, сотрудниками ОИиОС совместно с витебским видеоблогером Владиславом Шемардиновым (общее число подписчиков в социальных сетях более 50 тыс.) реализован постановочный медиапроект, освещающий благотворительную акцию, приуроченную к Международному женскому дню 8 марта. Видеоконтент заключался в поздравлении женщин-водителей блогером, одетым в форму сотрудника ГАИ. Готовый видеоролик был опубликован в социальных сетях и на YouTube-канале Владислава Шемардинова и набрал более 100 тыс. просмотров, а также более 200 положительных комментариев. По нашему мнению, такое количество положительных отзывов вызвано тем, что функцию формирования имиджа взял на себя сторонний субъект, не имеющий отношения к ОВД: т. е. не «милиция рассказывает о себе», а «гражданское население говорит о милиции».

Говоря о привлечении лояльной аудитории в официальные аккаунты ОВД, по нашему мнению, необходимо учитывать актуальные для конкретных социальных сетей тренды и новшества. Так, в начале марта 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) запустила флешмоб SaveHand («Безопасные руки») для пропаганды самозащиты в связи с пандемией коронавируса COVID-19. Глава ВОЗ доктор Тедрос Гебреисус обратил внимание на важность соблюдения правил личной гигиены в условиях пандемии: он снялся в видеоролике и лично показал, что нужно обрабатывать руки, призвав всех распространять этот видеоролик и публиковать в соцсетях свои видео аналогичного содержания [1]. УВД Витебского облисполкома поддержало флешмоб в официальном аккаунте социальной сети Instagram «Милиция Витебщины». В кадре сотрудники милиции передавали друг другу емкость с антисептической жидкостью и обрабатывали руки. Видеоролик продолжительностью 1,5 мин. был размещен в Интернете 11 апреля 2020 года [2]. Согласно статистике публикации на 5 мая 2020 г., количество показов ролика составило около 2,8 тыс., более 40 % аудитории до этого не были подписаны на официальную страницу УВД Витебского облисполкома. Ролик

набрал 24 комментария, 117 репостов, 21 пользователь добавил его в подборку избранного. Кроме этого, информация о флешмобе SaveHand была распространена на всех республиканских телеканалах, а также в эфире ТРК «Витебск».

При определении профилактического эффекта внедрения мультимедийного контента в социальных сетях установлена корреляция между аудиторным интересом к медиапродукту и динамикой статистики по количеству зафиксированных преступлений по статьям 212 и 209 Уголовного кодекса Республики Беларусь. Так, по статье 212 УК «Хищение путем использования компьютерной техники» с января по ноябрь 2019 года количество преступлений составляло 641, а с ноября 2019 года по январь 2020 года — 227. По статье 209 УК «Мошенничество» с января по ноябрь 2019 года количество преступлений составляло 65, а с ноября 2019 года по январь 2020 года — 24 факта. Таким образом, активная работа ОВД по созданию и распространению медиапродукции профилактического содержания хронологически совпадает со снижением преступности в данном направлении. По нашему мнению, такая форма общения с гражданами имеет и имиджевый эффект, т. к. в создаваемом видеопродукте милиция позиционируется не в качестве карающего органа, а в качестве института поддержки граждан, гаранта правопорядка.

Таким образом, вопрос формирования имиджа сотрудников ОВД во многом смещается из поля деятельности традиционных СМИ в плоскость применения возможностей интернет-ресурсов. В данной сфере наблюдается переплетение собственно имиджевой и профилактической функции, реализуемой через деятельность ОВД в информационно-коммуникационном пространстве: создание собственного медийного продукта, взаимодействие с аудиторией, внедрение инновационных форматов коммуникации.

1. Глава ВОЗ показал, как правильно мыть руки для защиты от COVID-19 [Электронный ресурс] // RG.ru: информационный портал. URL: <https://rg.ru/2020/03/13/glava-voz-pokazal-kak-pravilno-myt-ruki-dlia-zashchity-ot-covid-19.html> (дата обращения: 07.05.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Видеозаписи [Электронный ресурс] // УВД Витебского облисполкома: официальный сайт. URL: <https://vitebsk.mvd.gov.by/ru/media/video> (дата обращения: 07.05.2020). [Вернуться к статье](#)